



ЗАПОЧНЕТЕ СОПСТВЕН ИНТЕРНЕТ БИЗНИС

## До посетители преку пребарувачите

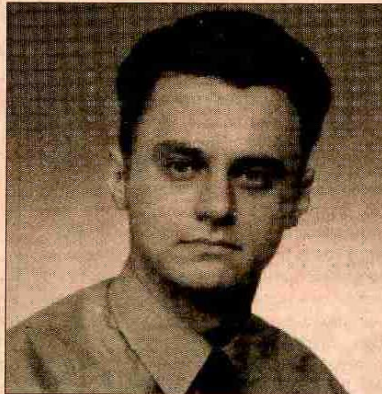
*Доколку имате компјутер и интернет врска, можете уште веднаш да го започнете вашиот електронски бизнис. Кога е Интернетот во прашање, само нешто е граница. Продавајте македонско вино во Лондон, кинески скутери во САД, или, пак, рекламен проспект ширум светот. Ако сите илаленирани, креативни и уморни, можеби ќе успеете да изградите вистинска On-Line империја или ќе креирате само профитабилен семеен бизнис. Доколку сите вработени, слободно во време искористите го да остварите дојдовни приходи или, едноставно, уживајте во вашето ново луксузно хоби*

Интернет пребарувачите претставуваат назначен извор на нови посетители за он-лине бизнисите. Според некои истражувања, околу 50% од новите посетители на веб-страниците потекнуваат токму од пребарувачите. Само во САД, во текот на еден месец има помеѓу 7 и 8 милијарди пребарувања. Пребарувач со најголемо учество во пребарувањата е Google, со преку 50%. Следуваат Yahoo со околу 20%, MSN со 12% и AOL – 6%, со тоа што AOL го користи пребарувачкиот систем на Google. Останатите пребарувачи имаат незначително поединечно учество во вкупните пребарувања.

Пребарувачите работат по принципот на внесување клучни зборови или фрази, врз основа на кои се добива листа на релевантни резултати (веб-страници) составени од наслов во форма на линк и краток опис. По внесувањето на клучните зборови, пребарувачот за извонредно кратко време ги исфрла резултатите, т.е. оние страници кои ги содржат внесените клучни зборови. Веб-страниците што ќе се појават меѓу првите 10 резултати, односно на првата страница со резултати, по правило добиваат најголем број од посетителите. Притоа, од 1.000 пребарувања, првиот добива околу 800 клика, вториот 600, третиот 500 итн, додека помалку од 15% од посетителите на пребарувачот преминуваат на втората страница со резултати. Оттука е сосема јасно дека, за да се добијат посетители, треба високо да се котира помеѓу резултатите, меѓутоа недовосмислено се наметнува прашањето – зошто и како помеѓу стотици илјади и милиони резултати за одредени клучни зборови, некои страници котираат при врвот, додека други се наоѓаат на втората, десетата или сто и првата страница при пребарувањето.

За да ги рангираат резултатите по релевантност за внесените зборови, пребарувачите користат т.н. пребарувачки алгоритми. Алгоритмите вреднуваат преку 100 различни фактори од кои зависи позицијата на рангираната веб-страница. Паралелно со развојот на пребарувачките алгоритми, вебмастерите и уредниците на веб-страници развиле техники за прилагодување на своите страници на барањата на алгоритмите, со цел да котираат повисоко на листата резултати. Со текот на времето, техниките и методите на прилагодување на веб-страниците прераснуваат во комплексно знаење кое се среќава под називот Search Engine Optimization (SEO) или Оптимизација на пребарувањето. Оптимизацијата на пребарувањето претставува континуирана и се посложена активност, главно поради два фактори. Прво, постои огромна конкуренција која, исто така, цели кон повисоки места во пребарувачите и второ, се поголемата софистицираност на алгоритмите, кои воедно се и деловна тајна на Интернет пребарувачите, како заштита од можните злоупотреби и манипулации на листите со резултати.

Поради големата популарност на пребарувачите и Оптимизацијата има големо значење за Интернет бизнисите, бидејќи



Пишува:  
м-р Златко Бежовски  
zbezovski@yahoo.com

нејзината примена носи бројни и квалитетни посетители на веб-страниците. Квалитетот на посетителите се должи на самиот факт дека пребарувањето се заснова на внесување клучни зборови, што значи дека тие имаат конкретна потреба поврзана со она што го пребаруваат и очекувано е да реагираат соодветно на понудата на веб-страницата на која ќе пристигнат. Притоа, и стапката на конверзија или очекуваниот профит на 1.000 посетители е невисок во однос на сите други методи на рекламирање на веб-страниците. Друга огромна предност на Оптимизацијата е тоа што секој посетител е бесплатно добиен (доколку не се смета вложениот труд), за разлика од некои други активности, како што е, на пример, PPC рекламирањето.

За да се постигне успех на долг рок со оптимизацијата на пребарување, најважно е да се креира содржина за посетителите, а не за пребарувачите, што е грешка на голем број веб-уредници. Притоа, се разбира, важно е да се следат и правилата на оптимизација. Од тие причини, на Оптимизацијата треба да се гледа како на сеопфатен маркетиншки концепт, чија цел е да се задоволат потребите на посетителите на долг рок. Тоа значи дека оптимизацијата не треба да е насочена само за првпат да ги привлече посетителите, туку тие да се претворат и во постојани посетители и клиенти, а тоа ќе се постигне со креирање квалитетна содржина и понуда. Во тој контекст, и развојот на Интернет пребарувачите е насочен кон служење на високо релевантни резултати, т.е. веб-страни кои нудат вистински вредности за посетителите.

Со оглед на тоа што Оптимизацијата на пребарувањето е комплексна активност, следните неколку четвртоци ќе бидат посветени на оваа проблематика. Во меѓувреме, може да се запознаете со тајните на оптимизација на следната адреса: [www.seo-moz.org/article/beginners-1-page](http://www.seo-moz.org/article/beginners-1-page)

Следниот четврток:  
Избор на клучни зборови